



Geschäftlich unterwegs:
Das Rad als Alternative zum
Dienstwagen.

mauritus images

Fuhrparkverwaltung

Neue Freiheit für die Dienstfahrt

Erste **Unternehmen bieten Mobilitätsbudgets an**. Beschäftigte können darüber ihr bevorzugtes Fortbewegungsmittel frei wählen.

Steffen Ermisch Köln

Darf es auch eine Nummer kleiner sein? Dienstwagenberechtigte Mitarbeiter des Pharmaunternehmens Daiichi Sankyo Europe haben seit Sommer die Wahl: Sie können freiwillig auf ein sparsameres Modell umsteigen - oder ganz verzichten. Den eingesparten Betrag bekommen die Mitarbeiter als „Mobilitätsbudget“ auf eine Prepaid-Kreditkarte gutgeschrieben. Damit können sie Bahntickets, Flugreisen oder Leasingraten für Fahrräder bezahlen. Bleibt am Jahresende Guthaben über, darf es privat ausgegeben werden.

„Wir wollen Mitarbeitern Anreize geben, Mobilität intelligent zu bewerkstelligen“, sagt Michael Müller, Bereichsleiter Mobility & Facilities in der Münchener Europazentrale von Daiichi Sankyo. Eine Analyse 2014 ergab: 75 Prozent der Reisekosten entfielen auf den Fuhrpark. „Mit dem neuen Mobilitätsbudget kann nun jeder den für sich idealen und effizienten Mix an Verkehrsträgern zusammenstellen.“ Viele hätten schon ein kleineres Auto gewählt oder die jährliche Laufleistung reduziert, sagt Müller.

Schon lange weisen Fachleute darauf hin, dass Dienstwagen als Bonusleistung an Bedeutung verlieren. Alternativen sind aber noch selten. „Viele Unternehmen befürchten einen höheren Verwaltungsaufwand“, sagt Michael Schramek. Der Geschäftsführer der Beratung Ecolibro hat Daiichi Sankyo bei der Umsetzung unterstützt. „Unser Konzept setzt auf das Eigeninteresse und die Eigeninitiative der Mitarbeiter - man braucht dafür keine komplexen Systeme, die alle Fälle abdecken.“

Früh mit einem Mobilitätsbudget nach vorn gewagt hat sich die Deutsche Bahn: Bereits seit 2013 können Führungskräfte anstelle eines Dienstwagens eine Bahncard 100 wählen und daneben vom DB-eigenen Carsharing-Angebot „Flinkster“ sowie dem Fahrradverleih „Call a Bike“ Gebrauch machen. „Noch liegt die Nutzung im einstelligen Bereich, jedoch mit steigender Tendenz“, sagt eine Sprecherin. Beliebte sei die im September eingeführte Option, ein Fahrrad zu leasen. Etwa 3 700 Firmenräder seien ausgegeben worden.

Komplizierte Steuerfragen

Nach den positiven Erfahrungen entwickelt die Bahn nun ein Produkt für flexible Mobilitätsangebote bei anderen Unternehmen. Ein wichtiger Aspekt sei die Besteuerung, erklärt die Sprecherin.

Gesund unterwegs

3 700
FIRMENRÄDER

hat die Deutsche Bahn an ihre Mitarbeiter in einem Leasingmodell ausgegeben.

Quelle: Unternehmen

Praxisgerechte Lösungen fehlten noch. So würden beim internen Mobilitätsbudget die in Anspruch genommenen Leistungen unterschiedlich und je nach Nutzung versteuert. „Das heißt auch, dass Gehaltsabrechnungen laufend angepasst werden müssen.“

Bei Daiichi Sankyo waren steuerliche Fragen ebenfalls ein Knackpunkt, berichtet Müller. Denn während es bei Dienstwagen mit der pauschalen Ein-Prozent-Regel oder der Fahrtenbuchmethode klare Rahmenbedingungen gibt, fehlen diese beim neuen Modell. Acht Monate habe man mit dem Finanzamt diskutiert, so der Mobilitätsmanager. Die Lösung: Das Mobilitätsbudget wird nun als Sachleistung pauschal zu einem Satz von 30 Prozent versteuert - möglich sei das bis zu einem Betrag von 10 000 Euro jährlich.

Entscheidend für den Erfolg des Konzepts sind nach Einschätzung Müllers zwei Dinge: „Zum einen darf niemand schlechter gestellt werden. Zum anderen sollten die Mitarbeiter gezielt durch positive Anreize motiviert werden, Mobilität bedarfsorientiert, individuell und flexibel zu nutzen.“ Auch Mitarbeiter, die kein Anrecht auf einen Dienstwagen haben, können ein monatliches Mobilitätsbudget bekommen: nämlich dann, wenn sie sich verpflichten, den Weg zwischen Wohnung und Arbeitsstätte mit nachhaltigen Verkehrsmitteln zu bestreiten. Für das Unternehmen sei die Umstellung in etwa kostenneutral.

„Wichtiger noch sind die positiven Effekte auf die Arbeitgeberattraktivität“, sagt Berater Schramek. Da es sich lohne, öfter das Rad zu nutzen oder zu Fuß zu gehen, werde zudem die Gesundheit der Mitarbeiter gefördert.

Roland Vogt

„Mehr Zeit für die Strategie“

Der Flottenexperte über
Vorzüge eines einheitlichen
Mobilitätsmanagements
in Unternehmen.



Roland Vogt ist Professor für Strategisches Management an der FOM Hochschule für Oekonomie und Management in München und Chef der Beratung Fleetcompetence Deutschland.

Herr Vogt, warum werden Flotten- und Reisemanagement zusammengefasst?

Eine wachsende Zahl von Mitarbeitern wünscht sich nicht mehr per se einen Firmenwagen. Sie sind aber darauf angewiesen, dass ihnen Mobilität zur Verfügung steht. Je nach Anlass kann ein Flug, eine Bahnfahrt oder eben ein Auto passend sein. Eine ganzheitliche Betrachtung ist deshalb sinnvoll.

Wie lohnt sich das für die Firmen?

Ein Beispiel sind Mietwagen, die von Flottenmanagern, aber auch von Reisemanagern gebucht werden. Dort kann man Größenvorteile heben. Noch wichtiger sind gemeinsame Buchungs- und Abrechnungssysteme, die Abläufe vereinfachen und Kosten senken. Die Praxis sieht aber anders aus: Zwar hat die Hälfte der Unternehmen, die wir befragt haben, schon formal ein gemeinsames Travelmanagement. Synergien stellen bislang aber die wenigsten fest.

Woran hapert es?

Zum einen handelt es sich oft um versteckte Sparmaßnahmen. Da wird etwa der Flottenmanager noch mit der Verantwortung für Dienstreisen betraut, weil der bisher Zuständige in den Ruhestand geht. Zum anderen fehlen passende Angebote von Dienstleistern.

Selbst Autobauer verstehen sich doch neuerdings als Mobilitätsanbieter.

In der Tat bauen viele Hersteller derzeit ein Sammelsurium von Angeboten auf. Ähnliches passiert bei den Leasingfirmen. Problematisch für Firmenkunden ist, dass alle ihre eigenen Produkte ins Zentrum rücken. Gewünscht sind flexiblere Lösungen. Der bessere Ansatz ist es daher, verschiedene Angebote miteinander zu vernetzen.

Machen sich Mobilitätsmanager überflüssig, wenn sie allzu stark auf externe Dienstleister setzen?

Flottenmanager können sich stärker um strategische Fragen kümmern, weil stupide Tätigkeiten wegfallen. Die Aufmerksamkeit des Topmanagements steigt: Mobilität ist in den meisten Firmen einer der größten Ausgabeposten - und hat großen Einfluss auf die Mitarbeiterzufriedenheit.

Die Fragen stellte **Steffen Ermisch**.